



TITLE:

現代商業經濟論 - 序説=商業資本の  
基礎理論( Abstract\_要旨 )

AUTHOR(S):

森下, 二次也

---

CITATION:

森下, 二次也. 現代商業經濟論 - 序説=商業資本の基礎理論. 京都大学,  
1964, 経済学博士

ISSUE DATE:

1964-06-23

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/211298>

RIGHT:

【 13 】

氏 名	森 下 二 次 也 もり した ふ じ や
学 位 の 種 類	經 済 学 博 士
学 位 記 番 号	論 經 博 第 4 号
学位授与の日付	昭 和 39 年 6 月 23 日
学位授与の要件	学 位 規 則 第 5 条 第 2 項 該 当
学 位 論 文 題 目	現 代 商 業 經 済 論 ——序説＝商業資本の基礎理論——

論文調査委員 (主 査) 教 授 山本安次郎 教 授 佐波宣平 教 授 松 井 清

論 文 内 容 の 要 旨

本論文は三部十一章よりなる。

第一部は「商業および商業資本一般」と題し、商業一般を成立せしめる基本的契機とこれを特定の歴史的段階で具体的な商業として規定する基礎条件を検討する。第一章 商業の領域、第二章 商業の基本形態、第三章 商業の現実形態。

第二部は「自由競争段階の資本主義的商業資本」と題して、この段階における商業の成立、形態、機能、発展が考察される。第四章 商業資本の自立化、第五章 商業利潤と商業労働、第六章 商業資本の回転と競争、第七章 商業資本の無機能化。

第三部は「独占段階の資本主義的商業資本」と題して、資本主義商業が自由競争段階から独占段階に進むときどう変るかを検討し、その特質、形態、役割を問題とする。第八章 商業資本の量的変化、第九章 商業資本の排除、第十章 商業資本の質的变化、第十一章 配給過程の成立。なお、六、八、九の章を除き、各章に詳細な補説が附され、異説の検討批判が行なわれている。

論 文 審 査 の 結 果 の 要 旨

本論文の課題とするところは商業資本の基礎理論を展開して、部門経済学としての商業経済論を基礎づけようとするところにある。そして概ねその課題に込えているといえよう。

商業の歴史はきわめて古く、商業の研究ないし商業学の歴史もまた古い。しかしその商業研究が学問論的に検討せられ整備せられるようになったのは最近のことである。商業に関する雑然たる内容の、古い商業学は、一方では経営学の方へ整備され、他方では経済学に吸収されていった。しかしその経済学においては、経済の一般理論が中心であるから、商業もただ経済の一般理論として取扱われるだけで、商業の特殊的地位に応じた部門経済学として展開し確立する方向は十分に顧みられるには至らなかった。マルクスは商業を生産から、商業資本を産業資本から区別し、商業資本の独自性を認め、その特質を解明した。

しかし彼においても社会総資本の構造分析に必要な限りにおいてこれが試みられているにすぎない。しかし経済が発展し、いわゆる独占段階に入ると商業や流通の問題は無視し得ないほど重要となり、商業研究も進み商業経済論への道が準備せられることになる。要するに、商業の研究は経済学の一般理論の一部として、また部門別特殊経済学の一類として、さらには経営学の一分科として三層をなし行なわれることになる。そのうち特に部門経済学として商業経済論は理論的ならびに実際的な理由から他の部門経済学に比して著しく後れており、本研究の期するところのはかかる欠陥を補なわんとするにある。

本研究はマルクス経済学の立場に立ち、まず商業を自立化せる商業資本の運動として一般的に把握し、社会総資本の中で商業資本の演ずる役割を明らかにし、生産方法との対応において商業の歴史的形態を区別することから始め、研究の中心を資本主義的商業に限定する。この一般的商業が資本主義の自由競争段階、独占段階を通して如何に成立し発展し変形し消滅していくかを分析している。自立化せる商業資本運動から商業現象や商業問題を統一的に研究し体系化せるところに特色が見られる。もちろんマルクス経済学の立場からは、当然の議論であり、ある意味では余りにも公式的であるともいえるであろう。商業資本といっても、個別商業資本（商事会社）、部門別商業資本（業種別商業資本）、総商業資本（産業資本に対する商業資本）などが存在する。本研究においてはかかる区別が必ずしも十分ではなく、商業資本は単に総商業資本として取扱われている。商業経済論が商業の特殊経済理論であるとしても個別商業資本を媒介とすることによって理論をより具体的に展開し得る筈である。

しかしながら商業経済学界の現状を見ると、本研究が諸学説の比較検討を通じて商業概念を確立し、きわめて困難な商業経済論の基礎づけを行なったことは高く評価せねばならない。特に今日問題となっているマネジャーリヤル・マーケティングの研究を通して新しい問題への端緒を開きつつある点は広く学界からも認められているところであって、本論文の大きな特色をなしている。よって本論文は経済学博士の学位論文として価値あるものと認める。